

<<网站需求调查与分析>>

图书基本信息

书名：<<网站需求调查与分析>>

13位ISBN编号：9787561537329

10位ISBN编号：7561537328

出版时间：2011-1

出版时间：朱筱筱 厦门大学出版社 (2011-01出版)

作者：朱筱筱 编

页数：167

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<网站需求调查与分析>>

内容概要

《网站需求调查与分析（高职高专现代服务业系列教材）》借鉴软件工程领域的系统分析与设计内容，并充分考虑了网站设计的一些特点，对知识点进行了细致的筛选。由于传统的系统分析与设计教材较为理论化，在理解与应用上对初学者来说比较困难，所以《网站需求调查与分析（高职高专现代服务业系列教材）》通过具体的案例来让读者领会需求分析中的要素。在内容上，编者朱筱筱采用以“工作过程为导向，以工作任务为引领”的方法，将全书划分为10个学习情境，每个学习情境都有一个子任务，完成所有子任务也就完成了一个网站的需求调查分析及方案设计了。

<<网站需求调查与分析>>

书籍目录

前言学习情境1 外部分析任务知识准备行动评价拓展小结学习情境2 面向用户的需求分析任务知识准备行动评价拓展小结学习情境3 企业内部需求分析任务知识准备行动评价拓展小结学习情境4 网站推广需求分析任务知识准备行动评价拓展小结学习情境5 网站软硬件环境设计任务知识准备行动评价拓展小结学习情境6 电子商务网站功能设计任务知识准备行动评价拓展小结学习情境7 电子商务网站数据库结构设计任务知识准备行动评价拓展小结学习情境8 电子商务网站页面设计任务知识准备行动评价拓展小结学习情境9 电子商务网站安全设计任务知识准备行动评价拓展小结学习情境10 电子商务网站测试设计任务知识准备行动评价拓展小结参考文献

<<网站需求调查与分析>>

章节摘录

版权页：插图：二、不同商务模式的需求特点B2B的网站一般比较大，页面风格比较正统，布局相对严谨，因为B2B面对的是企业之间的贸易和信息交流、发布和采购等。

B2B的用户在浏览网站的时候并不急于成交，一般是通过网站了解信息，评估产品和企业，而且一旦建立了企业间的关系，就可能会有比较长期的合作，所以通过网站建立信任感是比较重要的。

B2C的网站则比较注重用户的体验，简单明了，设计风格主要看其所面对的客户群体。

不同用户的体验是不相同的，B2C的模板都是随着不同时期、不同的优惠活动而变化的。

C2C是个人交易买卖的场所，它的特点是完全的个性化体验，一切都是以买家的兴趣、爱好和购物体验为导向。

三、网站风格网站的风格（style）是抽象的，是指站点的整体形象给浏览者的综合感受。

整体形象包括站点的版面布局、色彩、字体、浏览方式等。

如我们看官方的新闻网站（新华网）或政府部门的站点经常是蓝色调的，比较严肃，商业的站点则比较活泼一些，倾向于暖色调。

每一个网站都会给人们留下不同的感受。

通常是根据网站的定位做出网站特有的风格。

除此之外，我们在设计网站的时候还需要注意在风格上的统一。

网页上所有的图像、文字，包括背景颜色、区分线、字体、标题、注脚等都要统一风格，贯穿全站。这样用户看起来舒服、顺畅，会对网站留下一个“很专业”的印象。

<<网站需求调查与分析>>

编辑推荐

《网站需求调查与分析》：高职高专现代服务业系列教材·电子商务系列

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>